

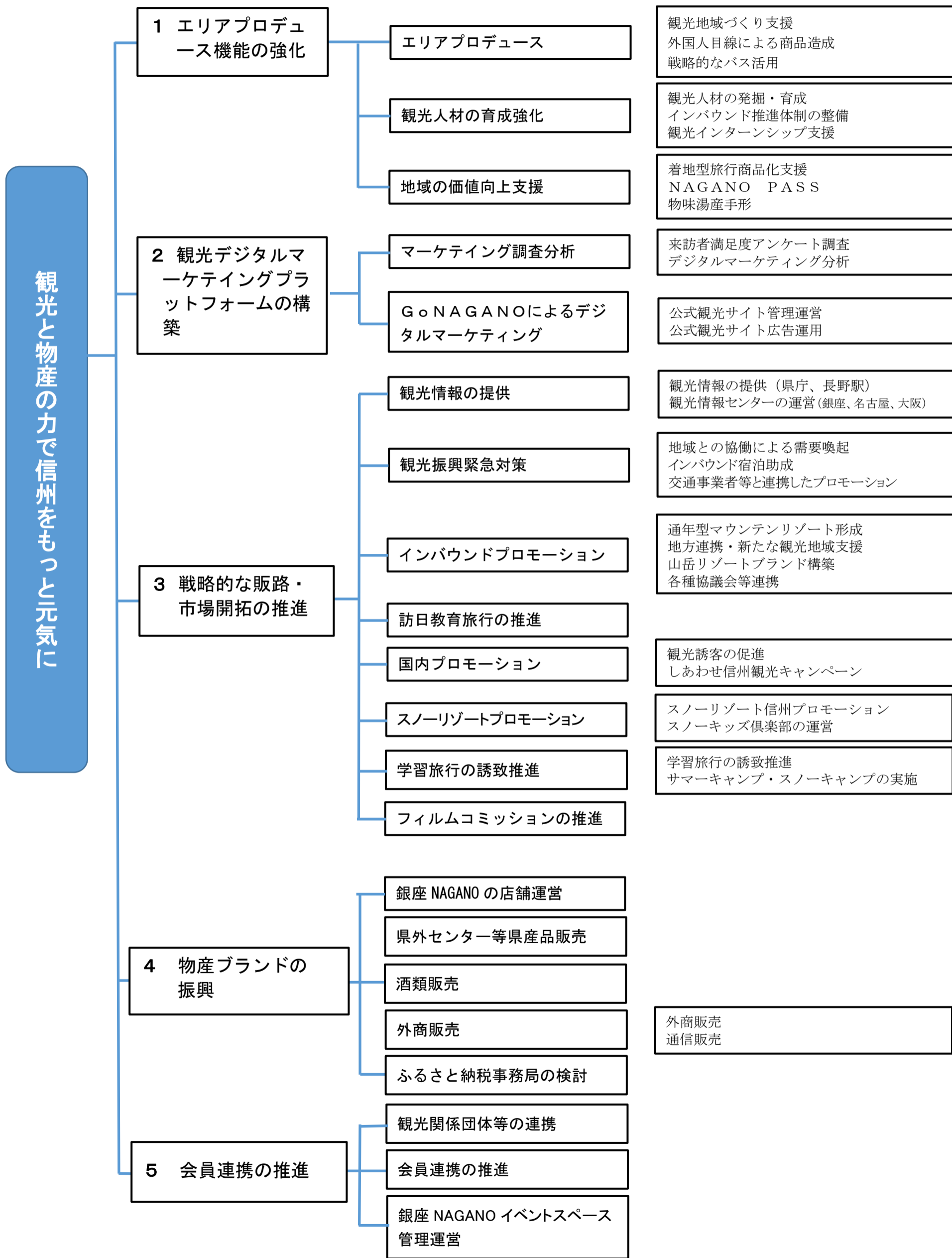
令和2年度事業計画書

自 令和 2年 4月 1日

至 令和 3年 3月31日

一般社団法人 長野県観光機構

令和2年度 長野県観光機構の事業体系



令和2年度事業計画について

平成31年1月から令和元年12月までの県内の延べ宿泊者数の累計（速報値）は、日本人・外国人を合わせた延べ宿泊者数が、1,756万人で前年同期比4.2パーセントの減少となったが、そのうち外国人延べ宿泊者数は、157万2千人、3.0パーセントの増加となった。

今年度は、10月の紅葉シーズンに、東日本台風による記録的な大雨で、千曲川の堤防決壊など河川の氾濫や、住家の全半壊、浸水など甚大な被害が発生した。

この災害では、北陸新幹線や中央本線、しなの鉄道、上田電鉄別所線など鉄道が運休し、中央自動車道や上信越自動車道なども通行止めとなり、県下全域で入込みが減少、旅館ホテルでは多くのキャンセルが出て、その影響を未だに取り戻せていない地域も多い。

冬は、記録的な暖冬、雪不足となり、多くのスキー場で集客に苦戦するとともに、新型コロナウイルス感染症による春節以降の中華圏団体旅行者の大幅な減少に加えて、日本人の出控えなどにより、本県の観光産業はたいへん厳しい経営状況におかれている。

長期的には日本の人口減少の進展により、旅行市場の競争激化が予想される一方、世界の観光需要は、アジアを中心に今後も拡大するとみられていることから、外貨を獲得する手段として国の政策とも連動し、外国人旅行者による観光消費の戦略的な拡大を図っていく必要がある。

令和2年度は、新型コロナウイルスの感染拡大による「移動の停滞」からの影響を低減する対策に取り組みつつ、旅行マインドが回復してくる需要回復・創造期を逃さずに、柔軟な施策を展開するとともに、気候変動や人口減少などの外的要因に耐え得る持続可能な観光地域づくりを推進する。

【令和2年度の取組みの方向性】

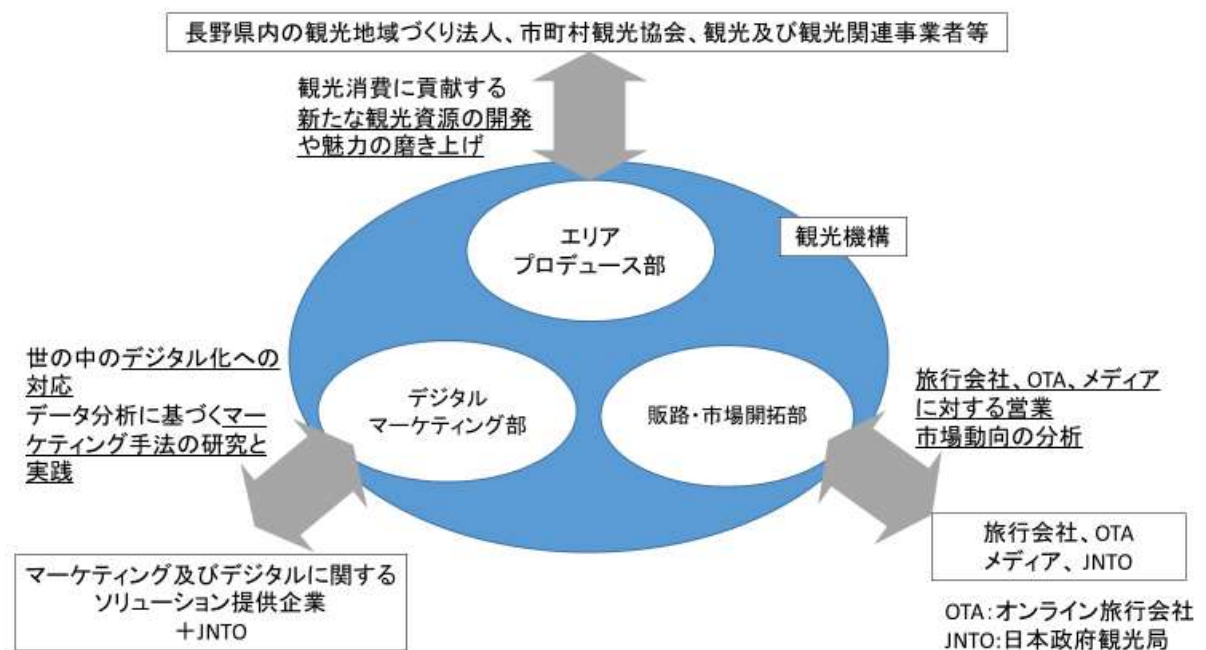
顧客が旅行を考え、旅行先の情報を探し、さまざまな情報を集めて比較検討した上で行先を決めて予約、実施、評価するまでの過程の中で、①顧客にとって価値のある商品（経験）を開発し、②その価値に共感するターゲットに効果的に伝え、③予約から移動、滞在、経験を的確にサポートし、④観光消費額の増加や高い満足度、良いクチコミを獲得する一連の活動を、当機構が地域の関係者ととともに担っていくための組織変革に取り組む。

このため、以下の3つの視点をもって、物やサービスを販売・提供する民間企業で行われているデータ収集・分析、商品開発、プロモーション、販売、効果検証、商品のブラッシュアップというマーケティングのPDCAを高速で回す手法に拘っていく。

(3つの視点)

- 1 中長期的な視点に立って、その地まで足を運んで、お金を払ってでも経験したい商品を作るために、「ゼロから1を作り出す仕事」を地域の関係者と一緒に行い、新たな挑戦を引き出す。
- 2 情報をインターネットから取得し、予約まで行う潮流に合わせるため、公式観光サイト「GoNAGANO」を、単なる情報発信のツールではなく、そこから得られるデータ分析と外部データを組み合わせ、地域の戦略立案、商品開発、販路開拓を支援する。
- 3 地域の価値（商品）をプロモーションする市場、販路・手法を分析し、新たな顧客を創造、獲得するための営業活動を積極的に行う。

【観光マーケティング関係部署の再編】



【地域プロデュース機能の強化】

1 エリアプロデュース

(1) ② 観光地域づくり支援事業

観光地域づくり法人(DMO)や市町村観光協会、事業者、行政など幅広い地域の関係者との良質なコミュニケーションを図り、地域が目指すあるべき姿をともに描き、その実現に向けて当機構ができる支援を提案するため、地域別に担当者を配置する。

地域の合意形成や組織設立、組織運営、データ収集・分析、商品開発、販路・市場開拓、プロモーションなどの課題を解決するため、機構の各部の強みを活かすプロジェクトを編成し、取組みを推進する。

また、サイクルツーリズムなど、地域の新たな挑戦を引き出すようなテーマを設定し、そのテーマの研究、人材育成支援を行い、プロジェクト化を図る。

(2) 外国人目線による商品造成事業

地域の事業者、観光地域づくり法人、市町村観光協会と連携し、外国人の視点で、本県の優れた素材を活かした旅行商品を造成するとともに、継続的に商品造成ができる仕組みを構築するためインバウンド旅行商品造成に係るマニュアル作成及び相談窓口の開設を行う。

前年度造成した商品について、公式観光サイト「GoNAGANO」との連携、ファムトリップ(※)実施により販路拡大を支援する。

なお、実施に関しては、長野県インバウンド推進協議会商品造成部会など意欲のある事業者と連携していく。

※ファムトリップ：旅行会社やメディア等の現地視察旅行

(3) ② 戦略的バス活用事業

バス事業者が実施する観光に特化した新規ルート開拓に関わる経費の一部を助成する。

2 観光人材の育成強化

(1) ② 観光人材の発掘・育成事業

新たな挑戦を担う人材の発掘や育成につながる、例えば事例共有会やゼミ、オンラインサロン(※)などのような仕組みを検討し、実施する。

観光地域づくり法人や市町村観光協会、観光事業者向けの研修、人材育成サービを実施する。

※オンラインサロン：ネットを通じて学び合う場

(2) インバウンド推進体制整備事業

長野県インバウンド推進協議会の会員と連携して、受入環境の整備やまちづくりを推進するとともに、外国人のニーズに合った旅行商品の造成、プロモーションなどインバウンド施策をオール長野でスピード感を持って実施する体制を整える。

同協議会ワーキング部会の運営・事業実施、会員向けセミナー・現地研修会、事業者サポート、定期的なインバウンド情報の提供等会員様にとって価値ある事業・支援・提供に拘る。

また、旅行者の利便性を高めるため外国人向けに 17 言語対応の翻訳通話サービス（多言語コールセンター）の利用料を負担する。

(3) 観光インターンシップ支援事業

県内観光業の人材不足を解消するため、インターンシップ受入れ企業を拡大し、県内外の学生等にインターンシップの参加促進を行うことで、県内観光業への就職の動機付けを行う。

3 地域の価値向上支援

(1) 着地型旅行商品化支援事業

地域の「新たな魅力」を引き出すような旅行商品企画を支援し、その地域ならではの魅力ある旅行商品を造成・販売する。

販売では、商品ごとに適切な売り上げ目標を設定し、商品内容や販売方法などの見直しを適宜行い、収益増につなげる。

(2) NAGANO PASS 事業

NAGANO PASS 造成・販売においては J R、県内私鉄 4 社と連携して、訪日外国人旅行者が周遊しやすい環境を整備することによって県内滞在時間を伸ばし県内消費を高める。

沿線自治体・事業者と連携して特典、割引などの付加価値を付け、パスの販売を促進する。

また、本事業の当機構としての収益化の可能性を検討する。

(3) ^{ものみゆさん}物味湯産手形等事業

県内での周遊観光促進、新規顧客の開拓、県外観光客のリピート化、県民の県内流動の活性化と観光客の消費拡大を目的とした「物味湯産手形」を製作・販売し、誘客促進を図る。

参加施設の理解を得て積極的な販売促進を行い、結果として当機構の収益増につながるよう事業スキームの改善を検討する。

【観光デジタルマーケティングプラットフォームの構築】

4 マーケティング調査分析

(1) 来訪者満足度アンケート調査事業

観光地域づくり法人として求められる必須KPI(※) (来訪者満足度、リピーター率)や地域の戦略立案の種となるデータ収集方法の研究を行い、各地域へフィードバックすることで、各地域の観光地域づくり法人の機能強化につなげる。

※KPI : Key Performance Indicator (重要業績評価指標)

(2) デジタルマーケティング分析調査事業

観光地域づくり法人、メディア、アウトドア用品等のメーカーと連携し、新規市場テーマを設定した上で、サイトコンテンツの分析を行い、訪問から予約にどのようにつながるのかを検証するテストマーケティングを実施する。

○ 冬キャンプ市場開拓テストマーケティング

- ・ 当機構が設立した Nagano Fuyu Camp LABO (NFC LABO.) プロジェクトに参画する地域、事業者と連携しデジタルプロモーションを実施し、メディア露出、地域による具体的なアクションにどのくらい繋がったかを検証する。

5 G○NAGANOを活用したデジタルマーケティング

(1) 公式観光サイト管理運営事業

公式観光サイトで得られるデータを活用した効率的かつ戦略的な情報発信を行い、当サイトが地域のコンテンツ開発・発信・改善の場 (観光デジタルマーケティングプラットフォーム(※1)) となることにより観光消費額の増大を目指す。

観光サイトのメディアとしての実力 (トラフィック (※2)) の強化、市町村、観光団体・事業者との連携強化、人材育成及び体制の充実を図る。

※1 観光デジタルマーケティングプラットフォーム：県内の観光関係者が「来訪者の増加と観光消費額の増加」という成果をつくる場所

※2 トラフィック：サイトに訪問する流入経路（検索、広告など）

良質なコンテンツを制作するため、「編集会議」で年間の注力テーマ等を設定し、「ライターネットワーク」(当機構の公式ライター) を活用して新規コンテンツ(記事)の編集・制作を行い、同時にSNSの管理運営、メールマガジンの発行を行う。

トラフィックを強化するため、信州キャンペーン実行委員会、JTNOと連携したネット広告の運用・分析を行うとともに、各種データの統合、地域に役立つデータの分析結果のフィードバックを行いながら、より効果的な分析手法の確立を図る。

(2) 公式観光サイト広告事業

ターゲティングコンテンツ（体験記事）の企画・制作・掲載、SNSによる広告運用を行い、収益化を図る。

ターゲティングコンテンツの運用で得られるデータ等から地域コンテンツの開発・改善につながるフィードバックを行い、地域の観光消費額の向上に貢献する。

また、地域との連携を強化するため、デジタルマーケティングに関するコンサルティング、セミナーを開催する。

【戦略的な販路・市場開拓の推進】

6 観光情報の提供

(1) 観光情報提供事業

会員との連携による情報収集に努め、信州観光情報センター（県庁内）を運営するとともに、長野市観光情報センター（長野駅）において、全県の観光案内等を行い、利用者の利便性の向上を図る。

また、市町村・市町村観光協会等が運営する観光案内所間の相互交流と研鑽の機会を設け、より広域的な質の高い観光案内を各案内所で実施できる体制を整える。

(2) 観光情報センター運営事業

銀座NAGANO、名古屋及び大阪の観光情報センターを運営し、会員等から提供された情報をもとに、都市圏ごとのニーズにあわせた観光案内、情報提供を行うとともに、当機構や県内の観光地域づくり法人、市町村観光協会などが各都市圏で旅行会社やメディアに営業活動を行う拠点としての機能を担う。

7 ⑧ 観光振興緊急対策

東日本台風による宿泊キャンセル、スキー場の雪不足、新型コロナウイルスの感染拡大による出控えなど、大きな影響を受けている観光需要の早期回復を図るため、観光地域づくり法人などと連携した取組みや、海外からの宿泊需要喚起のための取組み、交通事業者、旅行会社と連携したキャンペーンを実施する。

8 インバウンドプロモーション

(1) 通年型マウンテンリゾート形成事業

東アジア（台湾、香港、中国、韓国）、東南アジア（タイ、ベトナム）、欧米豪の市場に対し、広告、旅行博出展、招請事業等のプロモーションを実施する。

実施に際しては、各市場において市場分析を実施し、ターゲットとする旅行者に合った方法でプロモーションを実施する。

また、欧米向けマーケットに関しては、特に一昨年から取り組んでいるアドベンチャーツーリズムの強化を図る。

(2) 地方連携・新たな観光地域支援事業

北陸信越運輸局等の予算を活用し、他県と連携した広域でのプロモーションを実施する。

アジアスノープロモーション事業では新潟県と連携し、スキーなど冬のコンテンツを活用した中国及び東南アジアからの誘客を図る。

中山道ブランド構築においては、岐阜県との連携により進めてきたサイクルツーリズム事業を範囲を下諏訪から碓氷峠まで広げ、商品造成から広告まで一連の事業を実施していく。

アドベンチャーツーリズムについては、アドベンチャートラベルワールドサミット日本（北海道）開催を見据え、大会のプレツアーに組み込む長野県内ツアーに関する招請を行う。

その他の県・協議会等主体の地方連携事業

- ・ 中国都市部からのFIT(※1)誘客事業
- ・ グランドサークルプロジェクト(※2)事業
- ・ 侍・忍者ブランディングによる中部エリアからの誘客

※1 FIT：Foreign Independent Tour（個人旅行）

※2 グランドサークルプロジェクト：北陸新幹線沿線の周遊ルート形成

(3) 山岳リゾートブランド構築事業

主要市場である中国（北京）及びタイ（バンコク）にコーディネーターを配置し、情報収集及び現地でのプロモーションを実施する。

また、大阪観光局、中部経済連合会、中央日本総合観光機構、昇龍道プロジェクト推進協議会、関東観光広域連携事業推進協議会など他団体と協力し広域的なプロモーションを実施することにより広域周遊ルートの形成に取り組む。

県内の事業者・観光団体と国内ツアーオペレーターとの商談の機会を設けるため、インバウンド商談会を東京で実施する。

2020 東京オリンピック・パラリンピックを契機に本県への来訪者を増やすため、メディアと連携したプロモーションを実施する。

(4) 各種協議会等連携事業

台湾、東南アジア、欧米豪などの対象国に対応した広域連携によるプロモーション組織に加盟し、共同プロモーションを行う。

ア 中部山岳広域観光推進協議会（富山県、長野県）香港、韓国

イ 海外観光客誘客推進協議会（富山県、岐阜県、長野県ほか）台湾

ウ 長野・新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会

エ 日本アドベンチャーツーリズム協議会

9 訪日教育旅行の推進

新型コロナウイルスの感染拡大により中止となった中華圏からの訪日教育旅行の早期の受け入れ再開を見据えて、県内の学校や農家民泊、宿泊施設とのネットワークを活かし、海外商談会やセールススクールから学校交流の調整、アテンドまでをワンストップで対応することにより、交流内容の充実を図り、持続的な受け入れ拡大を図る。

10 国内プロモーション

(1) 観光誘客促進事業

信州まつもと空港神戸便やユニバーサルツーリズム、サイクルツーリズム、リゾートテレワーク、ガストロノミーツーリズムなど、新たなコンテンツの販路・市場を開拓するための商談会の開催、旅行商品造成に対する助成、旅行会社及びメディア招聘、ツーリズムEXPOジャパン 2020 沖縄出展など誘客イベントを実施する。NEXCO 東日本、NEXCO 中日本、富山県などと連携した効果的なプロモーションを実施する。

2023 年北陸新幹線敦賀延伸を見据えて、大阪観光局やJR西日本と連携した事業を実施する。

沖縄との官民交流を推進する民間団体と連携して、海洋型の観光資源を持つ沖縄から、山岳、雪、スキー場などの山岳観光資源を有する本県への教育旅行の誘致や団体向けの旅行商品造成を促進するためのプロモーションを実施する。

(2) しあわせ信州観光キャンペーン事業

東日本台風災害、気候変動による雪不足、新型コロナウイルスの感染拡大からの観光需要の早期回復を図るため、関係者と連携して時期を逃さずに必要な対策を講じる。

<各段階での取組み>

- ・ 感染拡大期
積極的な「助走期間」と位置づけ、終息時期を見据えた誘客戦略の再構築など、反転攻勢のための準備を進める
- ・ 感染収束期（感染者発生ベースの減少）
終息宣言後のプロモーション等の準備（一部開始）
- ・ 終息宣言後（需要回復・創造期）
観光プロモーション等の実施

11 スノーリゾートプロモーション

(1) 新スノーリゾート信州プロモーション事業

スノーリゾート信州プロモーション委員会の事務局を県観光部から新たに引き継ぎ、県内のスキー関連団体と連携して、スキー場の利用拡大に向けた取組を行うとともに、従来のスキー場のイメージを転換し、新たなスノーリゾートの魅力を発信する。

(2) 冬季誘客促進事業

冬の信州ファンを増やし、スノースポーツ人口の拡大とスキー観光産業全体の振興を図るため、小学生に向けた「信州スノーキッズ倶楽部」を運営するほか、「NAGANO SNOWLOVE.NET」での情報発信を実施する。

12 学習旅行の誘致

(1) 学習旅行誘致推進事業

学習旅行を推進する観光事業者と連携して、SDGsに対応した教育旅行のプログラムづくりに取り組み、生活体験や物作り体験から「本物の体験を通じた感動」、「人々とのふれあい」を提供できる体制を構築するとともに、首都圏・関西圏・九州に加え、沖縄などへの誘致営業を強化する。

(2) サマーキャンプ、スノーキャンプ

小学生の時に、自然豊かな信州に滞在・体験してもらうことで、将来の顧客を創出するため、夏期・冬期に首都圏の小学生を対象とした体験型キャンプを実施する。東京オリンピック期間中は、バスの配車や渋滞対策等の調整を行う。

13 フィルムコミッションの推進

長野県内のフィルムコミッション、市町村観光協会等のロケ誘致や現地ロケ支援を実施するとともに、本県を舞台とする映画やテレビドラマなどの効果的な情報発信とロケ地への誘客を推進する。

【物産ブランドの振興】

14 銀座NAGANOの店舗運営

1、2階のショップスペースにおいて秀逸な県産品を販売し発信することで「信州の美しさ」と「健康な暮らし」を、首都圏をはじめ多くの人とシェアし、コアな信州ファンづくりの拠点としての役割を果たす。

銀座NAGANOの取扱い商品や信州にまつわる情報、イベント情報等を総合的に案内するスタッフを配置し、信州のヒト・コト・モノのストーリーを積極的に発信するとともに、在日外国人対象のイベントを年度内に1~2回実施して、来県促進と情報拡散を図る。

東京オリンピック・パラリンピックの開催を踏まえ、オリンピック後も見据えながら、銀座からNAGANOの魅力の世界に発信し長野県への来訪につなげる。

県内事業者の魅力的な商品の掘り起しを行い、ショップスペースにおいて販売するとともに販売状況や感想等を事業者にフィードバックする。

また、顧客分析ツールにより、販売状況の整理、分析を行い顧客への販促活動を実施する。

15 県外センター等における県産品販売

名古屋観光情報センターでの観光案内や発信にあわせて特産品の販売を行うことにより、長野県への興味・関心を喚起し、中京圏からの来県につなげる。

中京圏および関西圏で行われる合同物産展や県が出展するイベント、関東甲信越静7県物産展、ふるさと名産品まつり、新潟・長野合同観光物産展等に出展し、物産販売を行う。

観光物産展等に出展し、県産品の販売を通して「信州ブランド」の価値向上を図るとともに来県につなげる。

16 酒類販売

平成30年12月に酒類卸売業免許を取得。日本酒・ワインをはじめ酒類製造の好適地である長野県産の酒類を販売（卸売・小売）することにより、県外や海外において長野県産酒類の魅力を発信し、販路拡大につなげる。

ソムリエ、唎酒師などの専門職員による営業活動を充実し、県外での販路拡大につなげる。

17 外商販売

(1) 外商販売事業

長野県と連携協定を締結している企業の社屋等での法人向けの外商販売を実施することにより長野県の魅力を伝え、コアなファンを増やす。

県営業本部と連携した帳合取引の実施、法人との帳合取引の実施、沖縄・海外向けの流通ルート開拓のための調査研究および営業訪問、海外向け県特産品セールスを実施する。

(2) 通信販売事業

チラシおよびインターネットによる通信販売を通して広く県産品を販売し、長野県の魅力を伝え、「信州ブランド」を高める。

ア 信州産直便による県産品通信販売

イ ショッピングサイト「NAGANOマルシェ」での県産品インターネット販売

ウ 「みやげっと」システムを活用した県産品インターネット販売

18 ふるさと納税事務局

ふるさと納税事務局を県内地方自治体から受託し、地域の魅力ある産品の商品開発やテストマーケティング、魅力発信の支援を行う仕組みづくりを検討する。

【会員等との連携】

19 観光関係団体等の連携

当機構の事業推進及び情報収集のため、全国組織等の観光関係団体に会員として加盟し、連携を図りながら各種事業を実施する。

(会費負担金等)

日本観光振興協会、関東甲信越静観光協会・連盟協議会、県旅行業協会、中央日本総合観光機構、長野・沖縄交流促進機構、松本空港利用促進協議会、立山黒部観光宣伝協議会、長野経済研究所、信州豊かな環境づくり県民会議、他

20 会員連携の推進

意見交換会の場を通じて、会員が抱える課題や当機構への意見・提案を聴き、機構の事業に生かしていく。

また、機構の価値を広く知っていただくための情報をメールマガジン等により発信する。

21 銀座NAGANOイベントスペースの管理運営（県からの受託事業）

信州ファンの増加、本県への誘客促進のため、銀座NAGANO 2階のキッチン・イベントスペースの運営、管理、利用促進のためのPRを行う。